

RS OGH 1990/10/9 4Ob132/90, 4Ob38/93 (4Ob39/93), 4Ob202/12b, 4Ob44/13v, 4Ob144/18g

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 09.10.1990

Norm

UWG §2 D1

Rechtssatz

Werbemaßnahmen, die an den Umweltschutz anknüpfen, sind besonders geeignet, und haben dadurch eine starke subjektive Anziehungskraft (vgl. BGH vom 20.10.1988 - Umweltengel - WRP 1989,160; Rohnke, Werbung mit Umweltschutz, GRUR 1986,667 ff).

Entscheidungstexte

- 4 Ob 132/90
Entscheidungstext OGH 09.10.1990 4 Ob 132/90
Veröff: MR 1991,32 (Korn) = ÖBI 1991,77 = GRURInt 1991,746 = ecolex 1991,39 = WBI 1991,105
- 4 Ob 38/93
Entscheidungstext OGH 18.05.1993 4 Ob 38/93
- 4 Ob 202/12b
Entscheidungstext OGH 28.11.2012 4 Ob 202/12b
Auch; Beisatz: Hier: „erster klimaneutraler Stempel“ (T1)
- 4 Ob 44/13v
Entscheidungstext OGH 17.04.2013 4 Ob 44/13v
Vgl; Beisatz: Hier: „natürliche“ Buchweizenkomplexe. (T2)
- 4 Ob 144/18g
Entscheidungstext OGH 23.08.2018 4 Ob 144/18g
Auch

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1990:RS0078315

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

21.09.2018

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2026 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at